

ANNETTE GÖRTZ

Seit 25 Jahren kreiert die Modedesignerin Annette Görtz erfolgreich zwei Kollektionen im Jahr.



Foto: Annette Görtz

MIT HERZ, VERSTAND UND KREATIVEM EIGENSINN

Die Mode von Annette Görtz steht seit 25 Jahren für Klarheit und Understatement und ist mittlerweile an über 500 weltweiten Verkaufspunkten präsent. Mit ihrem Mix aus komfortabler Gelassenheit, sinnlicher Eleganz und raffinierter Schnittführung hat sich die Designerin sehr erfolgreich etabliert. Herz des Unternehmens ist der 1998 entstandene Firmensitz in Gütersloh sowie der 400 Quadratmeter große Showroom in Düsseldorf.

Im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft wurde Annette Görtz von den veranstaltenden Ländern Polen und Ukraine als Deutschlands Modebotschafterin ausgewählt und präsentiert in den kommenden Wochen ihre Sommerkollektion 2013 überwiegend in den Veranstalterländern.

GT-INFO traf die Designerin kurz vor ihrem Abflug zur Fashionweek in Kiew.

Frau Görtz, Ihr Label steht für puristische und klare Schnitte. Besonders die Non-Colours sind charakteristische Merkmale Ihrer Kreationen. Ihre Mode setzt also besonders in diesem extrem bunten Modejahr einen fast schon exzentrisch wirkenden Kontrapunkt. Ist das eine persönliche Einstellung oder Marketing-Strategie?

Das ist schon eine persönliche Einstellung und auch Lebensphilosophie. Ich habe heute das Privileg, nur das auszuwählen, was mir gefällt. Unsere Kollektionen verstehen sich als Gesamtkonzept und beinhalten neben der Kleidung auch Taschen, Schuhe und vieles mehr. Da kann eine Farbe schnell mal too much sein. Allerdings haben wir in der kommenden Saison 2013 erstmalig kräftige Farben, vor allem im Accessoiresbereich integriert. Grundsätzlich finde ich

schade, dass die vielen Kollektionen, die auf dem Markt sind, sich immer mehr angleichen, da alle versuchen die angeblichen Trends zu erfüllen. Es ist mir daher ein persönliches Bedürfnis einen Kontrapunkt zu setzen und den eigenen Stil zu pflegen.

Welche anderen Designer-Label tragen Sie selbst zu ihrer Mode?

Jil Sander und Yamamoto sind Designer, die ich sehr gerne trage. Und das nicht nur, weil sie nach wie vor eigenständige und erkennbare Labels sind und nicht mit den Trends mitschwimmen.

Wenn also keine farblichen Experimente in 2012, was macht Ihre aktuelle Kollektion aus?

Unsere Sommerkollektion ist in diesem Jahr extrem lässig gehalten, die Schnitte sind sehr weich umgesetzt. In Zusammenhang mit den stofflichen Experimenten, wie geschnittene Waren, verschiedenste Treatments und Finishings stellt auch das Motto der Kollektion „Art in Fashion“ einen Mehrwert dar. Neben den handapplizierten Siebdrucken auf Seidenblusen und Basics, haben wir eine völlig neue Drucktechnik angewandt in der das Motiv nicht nur den Stoff verziert, sondern diesen in seiner Struktur und Haptik verändert. Für die nächste Sommerkollektion 2013 ist ein weiteres Art in Fashion Projekt geplant, das seinen Ursprung in Kiew hat. Die von uns geförderte Akademie der Künste für Kinder hat uns vorab Entwürfe geschickt, die ich im Original in Kiew sichten werde und die wir als Print in die nächs-

te Kollektion integrieren. Die Zusammenarbeit mit Künstlern ist eine neue Herausforderung. Die Zeichnungen der 6-8 jährigen haben mich sehr beeindruckt und ich bin gespannt auf die Originale.

Gab es Designer, die Sie zu Beginn Ihrer Karriere inspirierten oder Vorbild waren?

Inspiriert war ich nie von Designern, sondern von den Materialien. Wenn ich mich allerdings damals nicht selbstständig gemacht hätte, hätte ich gerne bei Jil Sander gearbeitet.

Gibt es heute Kollegen, die Sie bewundern?

Haider Ackermann hat eine ganz subtile Art, Farben miteinander zu kombinieren. Das ist nicht knallig und bunt, sondern hohe Kunst. Davor ziehe ich den Hut. Er hat eine ganz neue Art, Mode zu machen und ich bewundere es, wenn jemand seinen Stil konsequent durchzieht. Das gilt aber auch für viele junge Berliner Designer.

In den vergangenen Jahren haben Sie stetig und gezielt expandiert. Wie sieht die Zukunft aus?

Wir sind nach wie vor International sehr gut aufgestellt. Die Ukraine ist allerdings ein sehr spannendes Gebiet für uns, vor allem, weil es dort viele kreative Köpfe gibt. Um all diese Inputs und auch die des kreativen Berlins viel mehr als bisher nutzen zu können, werden wir uns in Zukunft sicherlich mehr in der Hauptstadt aufhalten.

Gibt es etwas, das Sie nach 25 Jahren noch nicht erreicht haben?

Ich habe mehr erreicht, als ich mir im Studium jemals hätte vorstellen können.

DIE DOSIS MACHT'S



Dagmar Vorwerk

STYLISTIN DAGMAR VORWERK ÜBER DEN BUSINESS-LOOK

Wenn es um Dresscodes im Job geht, heißt es bei den meisten Firmen „Business Casual“. Gemeint ist ein legerer Business-Look, der lässig wirkt und zugleich Autorität und Kompetenz ausstrahlt. Was für die Herren der Schöpfung einen dezenten Freizeitlook aus Stoffhose, Hemd oder Pullover bedeutet, lässt Frauen beinahe freie Wahl.

Konfrontiert mit der Frage, wie man die aktuelle bunte und plakative Mode gekonnt in den Businessbereich transportiert, antwortet die Düsseldorfer Stylistin Dagmar Vorwerk mit ihrer Zauberformel: „Die Dosis macht das Gift“. Als Coach für moderne Umgangsformen setzt die Farb- und Stilberaterin auf eine stilvolle und moderne Etikette am Arbeitsplatz.

„Gut dosiert kann man Mode wagen“, fährt die Profi-Stylistin fort. „Farben und Prints lassen sich mit schlichten Basics gut kombinieren,“ so die Expertin weiter. Auch am Arbeitsplatz solle man sich der Mode bedienen, jedoch gilt die Regel, je konservativer die Branche, desto verhaltener das Auftreten. „Gute Kleidung ist ein Zeichen der Wertschätzung“, erklärt Vorwerk. Je anspruchsvoller das Klientel, desto eleganter darf die eigene Garderobe sein. Schwierig wird es bei den All-Over Trends. „Colourblocking und blumige Ganzheits-Looks sind im Businessbereich kaum einsetzbar“, erklärt

Dagmar Vorwerk. Und dann lüftet die Düsseldorferin noch ihr persönliches Geheimnis: Stilbruch heißt ein weiteres Zauberwort und meint, Elegantes mit Sportivem zu mischen, oder Klassisches mit Modischem.

DIE GOLDENEN REGELN AUF EINEM BLICK:

- Mit Reizen geizen. Eine stark akzentuierte Weiblichkeit setzt leider oft mangelnde fachliche Kompetenz voraus.
- Transparente Blusen ohne Unterhemd sind genauso tabu wie bunte BH-Träger.
- Der Rock soll maximal eine handbreit über dem Knie enden. Strümpfe sind immer ein Muss.
- Je größer die Abendveranstaltung, desto größer darf das Dekolleté sein. Tagsüber im Büro: No-Go.
- Das Make-up sollte dezent gewählt sein.
- Das Parfum soll im Abstand von einer Armlänge nicht mehr wahrzunehmen sein. Drei Spritzer genügen.
- Accessoires auf maximal fünf Teile beschränken und markantem Schmuck Freiraum gönnen.

CASUAL HOLIDAYS

Bettina Zimmermann nimmt uns mit in ihren Urlaub

Mit der comma casual identity Kollektion ist die Urlaubsgarderobe schnell zusammengestellt: ein schönes Kleid, legere Blusen, eine Colored Denim, eine lässige Jeans- und eine weiche Lederjacke sind schon eingepackt. Tubes und Schals mit Blumenprint schützen vor der frischen Meeresbrise. Modische Vielfalt, tolle Kombinationen und großartige Farben für wenig Gepäck! Die Outfits sind lässig, aber immer feminin.

comma casual identity zeigt moderne Lässigkeit für Frauen, die smarte und feminine Freizeitlooks lieben. Frauen, die auch in ihrem Leben fernab von Filmsets und Shootings in verschiedene Rollen schlüpfen. Sie legen dabei wie Bettina Zimmermann Wert auf vielseitige Styles, die trotzdem bequem und unkompliziert sind.

comma casual identity erhalten Sie in Gütersloh bei

sperling

sperling women, Königstraße 24, 33330 Gütersloh



www.comma-fashion.com

comma
casual identity
Bettina Zimmermann



die goldschmiede
KLAUS RÜNIER

Auffallend schöne Schneckenkette aus eigener Handarbeit, Silber und Gelbgold, sehr hochwertige Verarbeitung, Unikat. „Das ist mein **LIEBLINGSSTÜCK**, weil die Form so außergewöhnlich und witzig geworden ist.“

